

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP FASILITAS WISATA

DI THE GREAT ASIA AFRICA LEMBANG

JURNAL SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu
syarat dalam menempuh studi pada
Program Strata-1



Disusun oleh:

Monika Puspita Candra Suryo

201822538

PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2022

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP FASILITAS WISATA DI THE GREAT ASIA AFRICA LEMBANG

Monika Puspita Candra Suryo
Politeknik Pariwisata NHI Bandung
Email: monikapops20@gmail.com

Abstract

Tourist facilities are one of the things that are often considered by tourists to visit tourist attractions which can then be assumed as tourist perceptions. One of the interesting tourist attractions located in Bandung with complete tourist facilities is The Great Asia Africa Lembang which provides a variety of tourist facilities to people with disabilities and the elderly. The Great Asia Africa Lembang is a tourist attraction with the concept of countries on the Asian and African continents consisting of Korea, Thailand, the Middle East, China, India, Indonesia, Japan, and Africa. This study aims to determine how tourist facilities in general are based on the perceptions of tourists and tourists' perceptions of tourist facilities in terms of the frequency of visiting tourists in The Great Asia Africa Lembang. By using quantitative methods with non-probability as many as 385 respondents with accidental sampling technique. The data analysis technique used descriptive statistical analysis and cross tabulation. The results show that tourists' perceptions of tourist facilities are in the good category. Based on the cross tabulation, it is known that the overall and partial perceptions of tourists regarding tourist facilities consisting of food and beverage facilities, retail outlets, toilets, and facilities for the disabled and the elderly, there is no difference in the perception of tourists when viewed from the frequency of visiting.

Keywords: *tourist facilities; tourist perception; The Great Asia Africa Lembang*

Abstrak

Fasilitas wisata adalah salah satu hal yang sering menjadi pertimbangan oleh wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata yang selanjutnya dapat diasumsikan juga sebagai persepsi wisatawan. Salah satu tempat wisata menarik yang terletak di Bandung dengan fasilitas wisata yang lengkap adalah The Great Asia Africa Lembang yang menyediakan beragam fasilitas wisata hingga fasilitas bagi penyandang disabilitas dan lansia. The Great Asia Africa Lembang merupakan daya tarik wisata dengan konsep negara yang ada di benua Asia dan Africa terdiri dari Korea, Thailand, Timur Tengah, China, India, Indonesia, Jepang, dan Africa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fasilitas wisata secara umum berdasarkan persepsi wisatawan dan persepsi wisatawan mengenai fasilitas wisata ditinjau dari frekuensi berkunjung wisatawan di The Great Asia Africa Lembang. Dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel non-probability sebanyak 385 responden dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan tabulasi silang. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata masuk dalam kategori baik. Berdasarkan tabulasi silang, diketahui bahwa secara keseluruhan dan parsial persepsi wisatawan mengenai fasilitas wisata yang terdiri dari *food and beverage facilities, retail outlet, toilet*, dan fasilitas disabilitas dan lansia tidak ada perbedaan persepsi wisatawan apabila ditinjau dari frekuensi berkunjung.

Kata kunci: fasilitas wisata; persepsi wisatawan; The Great Asia Africa Lembang

A. PENDAHULUAN

Berangkat dari sektor pariwisata sebagai devisa negara sehingga timbul persaingan pariwisata baik nasional maupun internasional. Termasuk Bandung yang memiliki daya Tarik wisata alam, budaya, dan buatan yang menjadikan Bandung sebagai daerah tujuan wisatawan sehingga tempat-tempat wisata di Bandung menawarkan keunggulan masing-masing agar dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya.

Salah satu factor unggulan dalam persaingan pariwisata adalah ketika sebuah industri berhasil memenuhi kebutuhan wisatawan dan tercipta persepsi yang baik oleh wisatawan yang telah berkunjung, seperti menyediakan fasilitas wisata yang baik. Seperti di The Great Asia Africa yang telah menyediakan fasilitas yang cukup lengkap seperti toilet, area parkir, mushola, dan

gratis gondola bagi lansia dan disabilitas. Meskipun menurut ulasan beberapa wisatawan yang diwawancarai langsung serta ulasan di Google dan Trip Advisor, The Great Asia Africa memiliki fasilitas yang lengkap meskipun apabila sedang *weekend* didapati toilet yang kotor. Meski begitu 50% wisatawan merasa puas dengan lanskap lembah di The Great Asia Africa karena terdapat tempat duduk untuk beristirahat dan dilengkapi wisata kuliner. Sedangkan sisanya kecewa karena lanskap wisata di The Great Asia Africa melelahkan dan kursi yang tersedia terbatas sehingga minim tempat beristirahat khususnya ketika *weekend*. Selain itu dengan kondisi padatnya wisatawan, apabila ingin menggunakan fasilitas gondola perlu mengantri hingga antriannya panjang. Hal ini disebabkan oleh fasilitas gondola yang ada hanya satu dan kapasitas maksimum gondola hanya 20 orang. Ditambah lagi apabila ingin menggunakan fasilitas gondola wisatawan perlu membayar Rp.10.000,00. Beberapa wisatawan merasa seharusnya harga tiket yang sudah sebesar Rp.50.000,00 sudah termasuk menikmati fasilitas yang ada. Tempat parkir yang disediakan luas meskipun dikatakan oleh beberapa wisatawan bahwa masih banyak mafia parkir yang langsung menembak harga parkir hingga sebagian wisatawan yang diwawancarai langsung oleh peneliti dan wisatawan yang memberikan ulasan di Google tidak mau berkunjung kembali. Namun sebagian besar merasa pengalaman berwisata di The Great Asia Africa adalah pengalaman tak terlupakan dan mau berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil observasi ketika pra survey fasilitas yang ada dan hasil wawancara dengan wisatawan The Great Asia Africa mengenai persepsi wisatawan terhadap fasilitas di lapangan, apabila dirangkum berdasarkan teori persepsi wisatawan Keliwar Said dan Nurchayo Anton 2015 dan fasilitas wisata Morrison 2013 dan ASEAN Tourism Standard 2007, kondisi aktual dari persepsi beberapa wisatawan menyebutkan bahwa The Great Asia Africa memiliki lanskap yang menarik dan pilihan design sesuai dengan tema negara. The Great Asia Africa menawarkan beragam souvenir, namun ragam pilihan kuliner yang ditawarkan hanya mewakili beberapa negara seperti Korea dan Jepang. Sedangkan kuliner negara lain seperti Thailand belum ada. Selain itu toilet yang disediakan kotor khususnya ketika *weekend*.

Maka dari itu saya tertarik mengetahui bagaimana persepsi wisatawan secara umum terhadap fasilitas wisata di The Great Asia Africa

B. METODE PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah fasilitas wisata yang terdapat di The Great Asia Africa. The Great Asia Africa terletak di Bandung, Kabupaten Bandung Barat, JL, Raya Lembang – Bandung No 71. The Great Asia Africa menawarkan tempat untuk melihat budaya dari masing-masing negara, makanan khas, pakaian tradisional, dan souvenir khas dari Negara-negara tersebut. Data kunjungan yang terdapat dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah melakukan kegiatan wisata di The Great Asia Africa. Peneliti juga menggunakan *accidental sampling*. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yakni *non-probability sampling* yaitu pengambilan sampel peluang. Merujuk pada Sugiyono (2017: 67), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jadi dalam penelitian ini, akan diambil sampel secara acak yaitu wisatawan yang telah berkunjung ke The Great Asia Africa. Jumlah sampel yang dibuat dalam penelitian ini menggunakan metode Lemeshow dikarenakan jumlah orang yang tidak diketahui atau tidak terhitung. (Sugiyono, 2012). Berikut dibawah ini merupakan dari rumus Lemeshow :

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,05) atau sampling error = 5 % Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$= \frac{1,962 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$= 384,16$$

$$= 385$$

$$= 384,16 = 385$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan sebesar 384,16 = 385 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurangkurangnya sejumlah 385 orang.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner, Menurut Sugiyono (2017: 230) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden, dan peneliti langsung membagikan pertanyaan tersebut. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat dalam Google Form yang telah di isi oleh wisatawan yang telah atau pernah berkunjung ke The Great Asia Africa sebanyak 385 responden. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan beberapa instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu:

1. Dokumen

Merujuk pada pendapat Amin & Siahaan, (2016) Dokumen adalah sumber utama informasi sejarah yang bertentangan dengan kesaksian lisan, artefak. Dokumen ini ditujukan untuk surat resmi dan dokumen negara seperti surat perjanjian, peraturan dan persetujuan. Dokumen-dokumen ini menjadi data sekunder yang penting untuk memperkuat penelitian. Dokumen yang diperlukan oleh pemeriksa meliputi foto atau gambar.

2. Kuesioner

Merujuk pada pendapat Sugiyono (2017:142) Kuesioner atau angket adalah proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert. Skala likert menurut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019:146). Kuesioner yang akan dibagikan pada penelitian ini menggunakan skala likert dalam bentuk checklist dengan beberapa butir pertanyaan yang akan dijelaskan dengan lima pilihan respon atau jawaban yaitu: sangat setuju, setuju, tidak memutuskan (ragu-ragu/netral), tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Analisis dan Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Cross Tabulasi (Tabulasi Silang)
- d. Chi-square

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pengumpulan data yang menggunakan alat pengumpulan data yaitu pertanyaan penelitian, hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di The Great Asia Africa Lembang

Bagian ini merupakan uraian hasil penelitian mengenai persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di The Great Asia Africa Lembang dengan menggunakan hasil kuesioner yang telah diisi oleh wisatawan yang telah melakukan wisata ke The Great Asia Africa. Untuk dapat melihat tanggapan responden terhadap setiap variabel dan dimensi yang digunakan maka peneliti menggunakan kuesioner, yang hasilnya akan dikategorikan menjadi sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Dalam menetapkan peringkat tersebut dapat dilihat dari perbandingan antara skor actual dan skor ideal. Skor actual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai kasifikasi bobot yang diberikan dalam skala likert 1-5.

TABEL REKAPITULASI SKOR FASILITAS WISATA

Variabel	Dimensi	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5				
Fasilitas Wisata	<i>Food and beverage facilities</i>	0	15	305	737	98	1155	4383	5775	75,90
	<i>Retail Outlet</i>	0	25	286	393	66	770	2810	3850	72,99
	<i>Toilet</i>	2	42	696	1294	276	2310	8730	11550	75,58
	Fasilitas Disabilitas dan Lansia	2	47	320	265	136	770	2796	3850	72,62
Total		4	129	1607	2689	576	5005	18719	25025	74,80
Kategori									Baik	

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa hasil perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel fasilitas wisata menghasilkan nilai skor aktual sebesar 18719 dan skor ideal sebesar 25025 dengan perolehan persentase sebesar 74,80% yang artinya secara keseluruhan variabel fasilitas wisata di The Great Asia Africa termasuk ke dalam kategori baik pada rentang interval 68,01-84,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel fasilitas wisata di The Great Asia Africa sudah baik.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis dimensi yang memiliki presentase terendah adalah dimensi fasilitas disabilitas dan lansia dengan presentase sebesar 72,62%. Sedangkan yang memiliki presentase tertinggi adalah dimensi *food and beverage facilities* dengan presentase sebesar 75,90%. Dari empat dimensi dalam fasilitas wisata, keempatnya perlu mempertahankan dan meningkatkan kelengkapan fasilitas wisata sudah ada.

2. Perbedaan Persepsi Wisatawan tentang Fasilitas Wisata Ditinjau dari Frekuensi Berkunjung

TABEL REKAPITULASI CROSSTAB

No	Daftar Item Pernyataan	Tingkat Signifikasi Chi Square	Keterangan
1	Menu yang ditawarkan kurang beragam	0,628	TIDAK SIGNIFIKAN
2	Tempat penyimpanan makanan yang dijual tertutup dan bersih	0,331	TIDAK SIGNIFIKAN
3	Tempat sampah kurang tersebar di area tempat wisata	0,089	TIDAK SIGNIFIKAN
4	Souvenir yang dijual bisa didapatkan di toko lain	0,067	TIDAK SIGNIFIKAN
5	Souvenir yang dijual beragam	0,833	TIDAK SIGNIFIKAN
6	Tidak terdapat papan petunjuk toilet	0,292	TIDAK SIGNIFIKAN
7	Tersedia tissue di toilet	0,561	TIDAK SIGNIFIKAN
8	Tidak tersedia sabun dalam toilet	0,633	TIDAK SIGNIFIKAN
9	Terdapat pemisah antara toilet pria dan wanita	0,140	TIDAK SIGNIFIKAN
10	Lantai toilet licin	0,348	TIDAK SIGNIFIKAN
11	Saluran pembuangan air tidak lancar (mampet)	0,940	TIDAK SIGNIFIKAN
12	Terdapat toilet khusus bagi disabilitas dan lansia	0,414	TIDAK SIGNIFIKAN
13	Adanya fasilitas khusus bagi disabilitas dan lansia	0,726	TIDAK SIGNIFIKAN

Nilai chi-square yang melebihi 0,05 artinya tidak signifikan dan tidak ada perbedaan persepsi wisatawan, apabila nilai chi square di bawah 0,05 maka item pernyataan tersebut signifikan dan ada perbedaan persepsi wisatawan karena persepsi seseorang tergantung faktor internal maupun eksternal. Namun dalam penelitian ini faktor yang digunakan oleh peneliti adalah frekuensi berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah dengan menggunakan tabulasi silang dan chi-square, item-item pernyataan mengenai fasilitas wisata mendapatkan nilai tidak signifikan yaitu di bawah 0,05 yang artinya dari 13 item pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi terhadap fasilitas wisata (berdasarkan pada tabel 4.36) apabila dilihat dari frekuensi jumlah kunjungan. Hal ini berarti The Great Asia Africa memiliki fasilitas yang dapat digunakan namun penilaian tersebut tidak ada perbedaannya jika dilihat dari frekuensi berkunjung responden ke The Great Asia Africa karena nilai chi-square > 0,05. Jadi hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi terhadap 13 item pernyataan apabila dilihat dari frekuensi berkunjung.

D. SIMPULAN/CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui pengumpulan data kuesioner yang telah disebar kepada 385 responden penelitian, serta pembahasan berdasarkan hasil tabulasi silang di atas. Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata yang terdiri dari empat dimensi yakni food and beverage facilities, retail outlet, toilet, dan fasilitas disabilitas dan lansia di The Great Asia Africa, maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Mayoritas responden memiliki persepsi mengenai fasilitas wisata di The Great Asia Africa baik dengan memiliki presentase sebesar 74,80% yang artinya secara keseluruhan variabel Fasilitas Wisata di The Great Asia Africa termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel Fasilitas Wisata termasuk kategori baik.
2. Tidak adanya perbedaan Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di The Great Asia Africa Lembang apabila dilihat dari jumlah frekuensi kunjungan wisatawan.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Ababneh, Mukhles. 2013. Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. (Interdisciplinary Journal of contemporary research in business Vol. 4 No.12 164-177)
- Arapandra. 2016. Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Taman Wisata Batu Enam Kabupaten Rokan Hilir. (Skripsi)
- Eddy, Krismeidi. 2007. Asean Tourism Standards. Jakarta: ASEAN Secretariat
- Elvarizki, Prisma Nova. 2018. Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Pantai Lasiana Kupang. (Skripsi)
- Extrada, E. 2014. Taman Bertema Indoor Trans Studio Semarang; Program Studi Arsitektur Lanskap; Semarang (Skripsi)
- Ibrahim. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Lukas, Scott A. 2008. Theme Park Reaktion Books.
- Marcelina, Shinta Dewi et al. 2018. Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. (Skripsi)
- Martina, Sopa et al . 2013. Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta. (Jurnal Khasanah Ilmu Vol.4 No.2 57-71).
- Mill, Robert Christie. 2000. Tourist The International Business. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Monindra, Aditya Pratama. 2016 LANDASAN KONSEPTUAL PERENCANAAN
- Morrison, Alastair M. 2013. Marketing and Managing Tourism Destinations. New York: Routledge.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurhayati, Suci. 2017. Persepsi Wisatawan Terhadap Produk Wisata di Kabupaten Batang. (Skripsi)

- Priyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Silalahi, Ulber. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama
- Sitorus, Monang. 2008. Pengaruh Atraksi ,Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Nilai Pelanggan dan Citra Objek Wisata Danau Toba di Kabupaten Toba Samosir Provinsi Sumatera Utara. (Jurnal Ilmiah Pariwisata Vol.13 No.3 188-207).
- Sugiama,. AGima. 2011. Ecotourism :Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam. Bandung : Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sulistiyana, Rezki Teguh et al. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada museum satwa). (Jurnal Administrasi Bisnis Vol.25 No.1).
- Tantrisna, Christine dan Prawitasari, Kanya. 2006. Analisa Harapan dan Persepsi Penumpang Terhadap Kualitas Makanan yang Disediakan oleh Maskapai Penerbangan Domestik Indonesia. (Jurnal Manajemen Perhotelan Vol.2 No.1 36-46)
- Zebua, Fredy Noitolo. 2018. Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. (Skripsi)